

## **Analisis Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Aqua**

**KUKUH IMAM SAPUTRA**

(Pembimbing : Hertiana Ikasari, SE, M.Si)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202465@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara jelas tentang Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek konsumen Aqua di Kota Semarang. Tujuan kedua adalah untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek untuk kepuasan konsumen. Tujuan ketiga adalah untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek untuk loyalitas konsumen. Hasil dari pengujian ini hanya terdapat lima hipotesis yang diterima dan menyatakan bahwa citra merek berhubungan langsung dengan loyalitas konsumen menjadi variabel paling berpengaruh. Harga berhubungan langsung dengan loyalitas menjadi variabel kedua yang paling berpengaruh. Citra merek melalui kepuasan konsumen menjadi variabel ketiga yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Harga melalui kepuasan konsumen menjadi variabel keempat yang paling berpengaruh terhadap loyalitas konsumen

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

## **Analysis of Price, Product Quality and Brand Image on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction of Aqua**

**KUKUH IMAM SAPUTRA**

(Lecturer : Hertiana Ikasari, SE, M.Si)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &  
Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202465@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

This study aims to describe clearly about the price, product quality and brand image in the customer Aqua Semarang. The second objective is to examine the effect of price, product quality and brand image for customer satisfaction. The third objective is to examine the effect of price, product quality and brand image for customer loyalty. The results of this test there are only five accepted hypothesis and state that brand images is directly related with customer loyalty and it becomes the most influential variable. Prices directly related to customer loyalty and it becomes the second most influential variables. Brand image through customer satisfaction become the third most influential variable on customer loyalty. Price through customer satisfaction becomes the fourth most influential variable on customer loyalty.

**Keyword** : Price, Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction, Customer Loyalty